

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Metode Penentuan Lokasi Penelitian**

Metode penentuan lokasi penelitian ini dilakukan secara sengaja (*purposive*) yaitu mengambil lokasi CV Dea *cake and bakery* di Kota Malang. Dasar dari penentuan lokasi tersebut karena memiliki ijin dari manajemen untuk melakukan penelitian di Dea Cake and Bakery Dinoyo.

#### **3.2 Metode Penentuan Sampel**

Populasi merupakan keseluruhan dari objek yang akan diteliti sedangkan sampel merupakan sebagian dari jumlah dan karakteristik dari populasi tersebut. Populasi dari penelitian ini merupakan keseluruhan konsumen yang melakukan Pembelian di CV Dea *Cake and Bakery* Malang. Penentuan sampel dilakukan secara Kebetulan (*accidental sampling*) yakni siapa saja yang kebetulan bertemu dan membeli di CV Dea *Cake and Bakery*. Johaness Supranto (2001), mengemukakan, bahwa untuk memperoleh suatu hasil yang baik, maka banyaknya sampel yang diambil untuk menjawab kuesioner adalah sebanyak 5 sampai 10 kali dari variabel yang dimuat dalam kuesioner. Jumlah sampel yang diambil sebanyak 98 konsumen

### 3.3 Metode Pengambilan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Pengumpulan data primer dilakukan dengan metode survey yaitu penelitian yang dilakukan dengan observasi dan wawancara serta dokumentasi terhadap responden menggunakan kuesioner yang sudah disediakan. Jenis pertanyaan terstruktur dimana pertanyaan dibuat sedemikian rupa sehingga responden dibatasi dalam memberikan jawaban, ini bertujuan memudahkan peneliti dalam mengambil data karena lebih terarah. Sedangkan data sekunder adalah data yang dikumpulkan dan disusun pihak lain yaitu dari instansi atau lembaga yang terkait atau kepustakaan yang tercantum pada daftar pustaka.

### 3.4 Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulan (Sugiono, 2007). Variabel dalam penelitian ini meliputi Harga (*Price*), Produk (*Product*), Tempat (*Place*), Pelayanan (*Service*), Promosi (*Promotion*).

### 3.5 Metode Analisis Data

Penelitian ini menggunakan metode analisis data deskriptif kualitatif, yakni analisis melalui data sekunder (*secondary data*) dan data primer (*primary data*). Metode deskriptif adalah pencarian fakta dengan interpretasi yang tepat. Penelitian deskriptif mempelajari masalah-masalah dalam masyarakat, serta tata

cara yang berlaku dalam masyarakat serta situasi tertentu termasuk hubungan, kegiatan, sikap, pandangan, serta proses yang sedang berlangsung (Whitney, 1960).

Dalam metode ini, responden diminta menjawab pertanyaan yang sudah disusun secara terstruktur dan pertanyaan fokus pada kepuasan konsumen. Responden diharuskan memilih salah satu dari jumlah kategori jawaban yang tersedia dengan ukuran *Skala Likert*.

*Skala Likert* adalah suatu skala psikometrik yang umum digunakan dalam kuesioner, dan merupakan skala yang paling banyak digunakan dalam riset berupa survei. Keunggulan dari *Skala Likert* yaitu mudah dibuat dan diatur, responden mudah mengerti pada kuisisioner yang disediakan. Sewaktu menanggapi pertanyaan dalam *Skala Likert*, responden menentukan tingkat persetujuan mereka terhadap suatu pernyataan dengan memilih salah satu dari pilihan yang tersedia.

Tabel 3.1 Bentuk Tipe Likert

Sangat Tidak setuju 1	Tidak Setuju 2	Netral 3	Setuju 4	Sangat Setuju 5
Sangat tidak memuaskan 1	Tidak Memuaskan 2	Sedang 3	Memuaskan 4	Sangat Memuaskan 5
Sangat Jelek 1	Jelek 2	Sedang 3	Baik 4	Sangat baik 5

Sumber : Lerbin R. Aritonang R, 2005